

サブスクリプションサービスの収益モデル構築と活用の可能性

21811064 大野将来

はじめに

2010年代後半から少しずつ顔を出し、コロナ禍をきっかけとして急速に広がりを見せているサブスクリプションサービス(以下「サブスク」)。クレジットカードとちょっと性能の良いスマートフォンさえあれば映画の視聴から自動車のリースサービスまで数々のサービスを利用することのできるこれらのサービスは、これまでの所有権ありきの経済構造を大きく揺るがすものとなると考えられている。

本研究は、こうした乱立するサブスクの共通の収益モデルの構成、問題点の把握を通じ、サブスクリプションの特性を最大限活用できる条件の構成、および事業を探すことを目指すものである。

1. サブスクリプションの根本定義~そもそもサブスクとは何なのか~

サブスクリプションの暫定的な定義は、

1. 「1か月から1年の間の一定期間の利用に対して料金を支払う」
2. 「解約したらその時点で利用できなくなる」

の2点を満たすものであるといってもよいだろう。

これに加えてサブスクの中でもこれまで古くから知られてきたものと、近年急増し

ているサービスは区別すべき点が多い。ここでは「提供企業の業種」「商品が有形か無形か」を基準として

「サブスク Type-A(データベース型)」

「サブスク Type-D(直売所型)」、

およびその中間である

「サブスク Type-B(卸型)」

「サブスク Type-C(窓の森型)」として区別する。

2. サブスクとシェアエコノミー

サブスク Type-B と D (以下「B/D」) は実物を直接扱える関係から、たびたびシェアエコノミーと関連付けて語られることの多い形態である。しかし、衣類のように他者の使った製品を共有するのが適切とは言い難い商品や、そもそも流用の不可能な消耗品・食料品を主体に据えるサービスも多く含まれる形態である。B/Dそれぞれの中からシェアエコノミーであるか否かで細かく分類することが適切であると考えられる。

3. 今後の展望

今後は、サービス事例の収集と先行研究探索から各形態の持つ性質のさらなる把握を図る。それらの共通点を探り収益モデルを構築し、最終的にはサブスクの特徴を最大限生かせる商品の発見を目指す。

出典

日経クロストrend編『サブスクリプション 2.0-衣食住すべてを飲み込む最新ビジネスモデル』日経BP、2021

「Amazon の利用に関する調査結果」

<https://research.nttcoms.com/database/data/002069/>（最終閲覧日：2020年05月24日）

「Microsoft Teams ユーザー数推移」

<https://livecomputing.co.jp/blog/information-business-strategy/microsoft-teams-dau-1-1-million/>（最終閲覧日：2020年05月24日）

内閣府「令和2年度 年次経済財政報告」（最終閲覧日：2020年07月19日）